

# A HASZNÁLATI JELLEGŰ VÁLLALAT- ÉS ÁRUJELZŐK KODIFIKÁCIÓJA NÉMETORSZÁGBAN. MI EBBŐL A TANULSÁG A MAGYAR JOG SZEMPONTJÁBÓL?<sup>1</sup>

SCHULTZ Márton

PhD hallgató

SZTE ÁJTK Civilisztikai Tudományok Intézete

## 1. Problémafelvetés

A szellemi tulajdonjogok meghatározott számban jelentkeznek mind a magyar, mind a német jogrendszerben. Ennél fogva, hasonlóan a dologi jogokhoz, a jogosult csupán olyan jogokkal bírhat és csak olyan tartalommal, amelyet a jogrendszer számára kijelöl. Ez a magyar jog szempontjából, különösen a Ptk.<sup>2</sup> 2:55. § újrafogalmazása miatt lehet érdekes, amely az üzleti titkot, és ezzel a know-how-t is ebbe a körben helyezte el, összhangban a TRIPs-megállapodással.<sup>3</sup> A vizsgált téma szempontjából elsősorban a kereskedelmi név jogi osztályozása vet fel kérdőjeleket, hiszen ezt a jogintézményt a magyar jogalkotó meglehetősen mostohán kezeli. Ez pedig a szellemi tulajdonjogok előbb említett *numerus clausus*a miatt lehet érdekes.

Erre tekintettel az 1995-ös német védjegy törvénynek (*Markengesetz*, a továbbiakban *MarkenG*)<sup>4</sup> azokat a rendelkezéseit vizsgálom, amelyek a kereskedelmi megjelölések, a vállalat- és árujelzők szabályait fektetik le. Ezzel kapcsolatban a vizsgálat elsősorban arra irányul, milyen jogokat különböztet meg a német jogalkotó, az egyes jogokat milyen feltételekhez, tényálláselemekhez köti. Céлом ezzel az, hogy a magyar jogban kodifikálatlan, a tételes jogban ezért elsikkadó kereskedelmi név védelméhez támpontokat adjak a jogösszehasonlítás módszerével, hiszen a magyar jogalkotó sem magánjogi, sem büntetőjogi szabályban nem rendelkezik ennek védelméről<sup>5</sup> a versenyjogi jellegbitorlást leszámítva (de ott sem nevesítve).<sup>6</sup> A tanulmány ugyanakkor nem a magyar kereskedelmi nevet emeli a középpontba, hanem minden, elsősorban szóbeli, megjelölést vizsgál, amelyet a *MarkenG* nem lajstromozással tekint létrejöttnek, hanem valamilyen irányú használatához kúti a jogszerzést.

Míg egyes szellemi tulajdonjogok létrejötte regisztrációhoz kötött (pl.: szabadalom, használati mintaoltalom, védjegy), addig szerzői jog esetén a mű megalkotásával keletkezik az oltalom. Vannak azonban olyan jogok, amelyek esetén ez használatbavételhez, a meg-

<sup>1</sup> Külön köszönet illeti Anne Lauber-Rönsberget és Horst-Peter Göttinget, akik lehetővé tették a Technische Universität Dresden jogi könyvtárában való kutatásomat, amely jelen tanulmány értékéhez is nagyban hozzáért.

<sup>2</sup> Polgári Törvénykönyv, 2013. évi V. törvény, a továbbiakban: Ptk.

<sup>3</sup> TRIPs Egyezmény 39. cikk.

<sup>4</sup> Gesetz über den Schutz von Marken und sonstigen Kennzeichen – A védjegyek és más megjelölések védelméről szóló törvény.

<sup>5</sup> SCHULTZ Márton: *A név vállalat- és árujelzőként történő tárgyasulása és a szóbeli megjelölések névként történő védelme*. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle 2019/5, 39, 61.

<sup>6</sup> 1996. évi LVII. törvény 6. §, a továbbiakban Tpv. A joggyakorlatban lásd különösen: BDT 2006. 195.; BDT 2012. 68.; BDT 2012. 69.; ÍH 2005. 160.; ÍH 2006. 22.; ÍH 2017. 51.; ÍH 2017. 52.

különböztetőképesség valamilyen fokának megszerzéséhez kötött.<sup>7</sup> E használati jogokat vizsgáljuk: a be nem jegyzett védjegyet, a jó hírű védjegyet, a vállalat- és üzletjelzőket, illetve a műcímeket. Ezek a bejegyzett (lajstromzott) védjeggyel és a földrajzi árujelzőkkel együtt képezik a megjelölések jogát, az ún. *Kennzeichenrecht*.

## 2. A MarkenG rendszere

A kereskedelmi megjelölések egységesítésére 1995-ben került sor a MarkenG elfogadásával, amely az 1936-os Warenzeichengesetz<sup>8</sup> váltotta fel. Az új törvény elfogadása egyrészt az újraegyesült Németország egységes védjegyjoga miatt volt fontos, másrészt pedig az Európai Unió jogának való megfelelés szempontjából. Az uniós jog védjegyirányelve<sup>9</sup> a védjegy jog anyagi jogi szabályai szempontjából támasztott követelményeket, így például a védjegyként lajstromozható megjelölések köre tekintetében.<sup>10</sup> Az irányelv ugyan csak a bejegyzett védjegyekre vonatkozik, azonban a német jogalkotó úgy reformálta meg a vállalat- és árujelzők jogát, hogy azt egy törvényben, egységesen kodifikálta. Ezzel kerültek be a földrajzi árujelzők mellett a vállalat- és üzletjelzők, illetve a műcímek is a MarkenG-be. A törvény nem akart változtatni a megjelölések jogi védelmén, csupán egységesíteni akarta azt,<sup>11</sup> és ezzel összefüggésben a rendszertelen, és csupán a történeti fejlődésből eredő osztott védelmet kívánta felszámolni.<sup>12</sup>

A megjelölések jogának kodifikációja előtt a védelem kettős volt. Egyrészt a be nem jegyzett vállalat- és üzletjelzők (tkp. kereskedelmi nevek) védelmét elsősorban a tisztességtelen verseny tilalmáról szóló törvény (UWG) 16. §-a biztosította.<sup>13</sup> A versenyjogon kívüli jogsértésekkel összefüggésben pedig a BGB<sup>14</sup> 12. §-a szerinti névjogot értelmezte kiterjesztően a bírói gyakorlat. Lényegében hasonló megoldást nyújt a hatályos magyar jog is. A MarkenG hatálybalépésével az UWG 16. §-át a jogalkotó hatályon kívül helyezte, a BGB 12. §-ának megsértését pedig a jogirodalom és joggyakorlat csak azokban az esetekben állapítja meg, ha megjelölés használata a gazdasági életen kívül történt.<sup>15</sup> Ezzel a BGB 12. §-ának korábbi kiterjesztő értelmezése szűnt meg.<sup>16</sup>

Lényegében a korábbi versenyjogi védelem helyébe lépett be a MarkenG 5. és 15 §§-a.<sup>17</sup> Ezeknek a használatbevétellel keletkező megjelöléseknek az anyagi jogi szabályai

<sup>7</sup> VON SCHULTZ, Detlef: *A. Einführung*. In: von Schultz, Detlef (hrsg.): *Markenrecht Kommentar*. Frankfurt (aM), 2007. 73.; az uniós jogban lásd a Tanács 6/2002/EK rendeletének (2001. december 12.) a közösségi formatervezési mintáról 11. cikkét

<sup>8</sup> Az árujelzők védelméről szóló törvény.

<sup>9</sup> 89/104/EK irányelv.

<sup>10</sup> BENDER, Achim: *Die Marke*. In: Götting, Horst-Peter – Meyer, Justus – Vormbrock, Ulf (hrsg.): *Gewerblicher Rechtsschutz und Wettbewerbsrecht*. Baden-Baden, 2011. § 22 1.

<sup>11</sup> BT-Drucks 12/6581, 67 zu § 5 MarkenG.

<sup>12</sup> BT-Drucks 12/6581, 55 Ziff III.2.

<sup>13</sup> GRUBER, Stephan: § 5 *Geschäftliche Bezeichnungen*. In: von Schultz, Detlef (hrsg.): *Markenrecht Kommentar*, Frankfurt (aM), 2007. 3.

<sup>14</sup> Bürgerliches Gesetzbuch von 1900. Német polgári törvénykönyv.

<sup>15</sup> GRUR 2009, 685 „ahd.de”; NJW 2002, 2031 – shell.de

<sup>16</sup> FRITZSCHE, Jörg: § 12 *Namensrecht*. In: Roth, Herbert (hrsg.): *J. von Staudingers Kommentar zum Bürgerlichen Gesetzbuch mit Einführungsgesetz und Nebengesetzen*. Berlin, 2018. § 12. 9, 82-83.

<sup>17</sup> GÖTTING, Horst-Peter: *Gewerblicher Rechtsschutz*. München, 2014. 418. § 61. 1.

(megszerzés, elvesztés, megszűnés) meglehetősen hiányosak voltak, így ezeket nem csak kodifikálta, hanem részben – olyan mértékben, amennyire a jogok eltérő jellege azt engedte – egységesítette. Ennél fogva a védelem megszerzése, a megkülönböztető képesség, az összetéveszthetőség, a jogok elévülése, a belenyugvással való megszerzés, a jogok átruházása tekintetében, illetve a használati kötelezettség vonatkozásában fogódzót nyújtott a jogalkotó a gyakorlatnak.

#### *A MarkenG által oltalmazott megjelölések*

<b>VÉDJEGY</b>	Bejegyzett védjegy
	Használati védjegy
	Jó hírű védjegy
<b>KERESKEDELMI MEGJELÖLÉSEK</b>	Vállalatjelzők
	Műcímek
<b>FÖLDRAJZI ÁRUEJELZŐK</b>	Földrajzi jelzés
	Eredetmegjelölés

(saját szerkesztés)

### 3. Áruejelzők

#### 3.1. A német védjegyfogalom

A védjegy keletkezése tekintetben a MarkenG háromféle védjegyet különböztet meg a 4. §-ban:

- a hatóság által lastromozott védjegyet, (ún. lajstromvédjegy)
- a kereskedelmi forgalomban használt megjelölést, amelyet a releváns piac a használat forgalomban való hatása által védjegynek tekint, (ún. használati védjegy)
- a Párizsi Unió Egyezmény<sup>18</sup> 6<sup>bis</sup> cikke szerinti jó hírű védjegyet.

Ennél fogva a német védjegyfogalom a magyartól lényegesen eltér. Ugyan a magyar Vt.<sup>19</sup> is ismeri a jó hírű védjegyeket, azoknak azonban, legalábbis ilyen formában, nem biztosít külön, a lajstromvédjeggyel azonos szintű jogállást a törvény. Ez azt jelenti, hogy a Vt. ugyan körben rendelkezik a jó hírű védjegyről, azonban azt explicite nem nevezi ugyanolyan védjegynek, mint a lajstromvédjegyet, nem emeli egy szintre, ahogy azt a MarkenG teszi.

#### 3.2. Be nem jegyzett védjegy

A be nem jegyzett védjegy másik elnevezése a használati védjegy (*Benutzungsmarke*). A MarkenG 4. § 2. pontja értelmében a védjegyjogi védelem nemcsak a védjegy lajstromozásával, hanem a kereskedelmi forgalomban való használattal (*Benutzung im Verkehr*) is létrejöhet, ha a megjelölés a forgalmi érvényt (*Verkehrsgeltung*) szerez magának a ke-

<sup>18</sup> A továbbiakban: PUE. 1970. évi 18. tvr.

<sup>19</sup> 1997. évi XI. törvény a védjegyek és a földrajzi árujelzők oltalmáról.

reskedelem azon szegmensében, amelyben azt használják. A be nem jegyzett védjegy egyebekben a lajstromozott védjegyekkel azonos elbánásban kell, hogy részesüljön, a különbség csak a keletkezés módjában jelentkezik.<sup>20</sup> Ennél fogva egy használati védjegyen megszerzett korábbi jog elsőbbséget élvez a később lajstromozásra kerülő joggal szemben. A használati védjegy tartalmát, védelmét és átruházását tekintve egy rezsimbe tartozik a lajstromozott védjegyekkel.

Mivel nincs lajstromozás, így hiányzik a hatósági, állami szűrő az oltalom megszerzése tekintetében. Ezt úgy oldja fel a jogalkotó, hogy a be nem jegyzett védjegynek is meg kell felelnie a MarkenG 3. §-ának, azaz olyan megjelölésnek kell lennie, amely alkalmas áruk és szolgáltatások más áruktól és szolgáltatásoktól való megkülönböztetésére. Ez azt is jelenti, hogy ebben a tekintetben a kizáró okok is érvényesülnek.

### 3.3. A jog tartalma

Lajstromozás híján nemcsak a kizáró okokat nem lehet vizsgálni, és így a megkülönböztető képességet sem. A használati védjegy a forgalomban való részvétellel (*Verkehrsgeltung*) jön létre. A forgalomban való részvétel az árujelző kereskedelmi forgalom azon részén belüli ismertségét jelenti, amelyben az használatra kerül. A forgalomban való használatához szükséges ismertségi fok tekintetében a joggyakorlat nem alakított ki egyértelmű irányvonalakat. *Götting* szerint ugyanakkor az elbírálás nem esetről esetre történik, hanem azt kell vizsgálni, hogy milyen erős a megkülönböztető képessége a megjelölésnek. Ennél fogva *Götting* szerint minél csekélyebb a megkülönböztető erő, annál nagyobb ismertség szükséges a forgalom vonatkozó részében.<sup>21</sup> Ez alapján eredeti és nem eredeti megkülönböztető képességgel bíró megjelölések között tehetünk különbséget.<sup>22</sup> Az első esetben elég az, ha az ismertségi fok 19 % a releváns piaci szegmensben. Nem eredeti megkülönböztető képességgel bíró megjelölések esetén ez 50 %. Más álláspont szerint 20 és 25 % közé tehető ez.<sup>23</sup> A bírói gyakorlat 36 %-os,<sup>24</sup> illetve 58,6 %-os<sup>25</sup> ismertség esetén sem ismerte el a jog keletkezését, azon az alapon, hogy a megjelölés nem szerzett megkülönböztető képességet.

Egy másik álláspont szerint a használati védjegy megszerzéséhez absztrakt megkülönböztető képesség kell, amely a forgalomban való részvétellel (*Verkehrsgeltung*) szerezhető, ennek hiányában az ismertség sokkal magasabb foka szükséges a forgalomban való érvényesüléssel (*Verkehrsdurchsetzung*) való jogszerzéshez.<sup>26</sup> Ez a MarkenG 8. § (3) bekezdés szerinti feltételek teljesülését követeli meg, tehát azt, hogy az adott megjelölés elismerésre és felismerésre került a kereskedelmi forgalom érintett részében azon áruk és szolgáltatások vonatkozásában, amelyek tekintetében a megjelölést ténylegesen használják. *Szalai Péter* a német jog bemutatása során az *Unterscheidungskraft* és az *Unterscheidungseignung*

---

<sup>20</sup> GÖTTING, 2014. § 59. Rn. 2.

<sup>21</sup> GÖTTING, 2014. § 59. Rn. 10.

<sup>22</sup> LANGE, Paul: *Marken- und Kennzeichenrecht*. München, 2012. § 3. Rn. 1791.

<sup>23</sup> EISENMANN, Hartmut – JAUTZ, Ulrich – WECHSLER, Andrea: *Kennzeichenrecht*. In: Eisenmann, Hartmut – Jautz, Ulrich (hrsg.): *Grundriss Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht*. 10. Auflage. C.H. Beck, München, 2015. Rn. 293.

<sup>24</sup> BGHZ 30, 357 – Nährbier

<sup>25</sup> GRUR 75, 67 – Echte Kroatzebeere

<sup>26</sup> EISENMANN–JAUTZ–WECHSLER, 2015. Rn. 293.

között tesz különbséget.<sup>27</sup> Mindkét álláspont ugyanakkor az ún. névfunkcióra vezethető vissza. Névfunkció kétféleképpen szerezhető: forgalomban való részvétellel, illetve a megkülönböztető képesség használatbavétel általali megszerzésével. Míg az első esetben a használatba vett megjelölés individualizál annak jellegzetes megfogalmazása által és ezáltal automatikusan megjelölési védelmet szerez, addig egyes megjelölések esetén ez hiányzik. Ez nem azt jelenti, hogy ezek ki lennének zárva az oltalomból, csupán azt, hogy ezek esetén a huzamos használat az, amely által a kereskedelmi forgalom megjelölési (név-, esetünkben árujelző) funkciót vív ki egy megjelölésnek.<sup>28</sup>

A használati védjegyen fennálló jogi védelem nem az egész ország területére terjed ki, hanem csak regionális, helyi védelemről lehet szó. Ennek mértéke nyilván annak függvénye, hogy a kereskedelmi forgalomban milyen földrajzi kiterjedésben kerül használatra az adott megjelölés.

### 3.4. Átruházás

A be nem jegyzett védjegy, hasonlóan a lajstromozásra kerülő védjegyekhez szabadon átruházható. A védjegy jog járulékosága (*Akzessorität*) a *Warenzeichengesetz* hatályon kívül helyezésével megszűnt.<sup>29</sup> A MarkenG 27. §-a a lajstromvédjegy mellett a használati és a jó hírű védjegyek átruházását is lehetővé teszi akár valamennyi áru- és szolgáltatási osztályra, akár kizárólag egyes osztályokra is. Ez a jogváltozás lényegében a védjegy jogi természetében is változást eredményezett, ugyanis korábban e járulékoság, személyhez tapadás miatt a védjegy jog személyiségi jogi jelleggel bírt.<sup>30</sup> A MarkenG 27. § (2) bekezdése vélelmet állít fel arra az esetre, ha a jogosult egy vállalat, és azt ruházzák át vagy szerzik meg. Ekkor úgy kell tekinteni, hogy valamennyi, a MarkenG 4. § hatálya alá eső védjegy is átruházásra került.

### 3.5. Magyar jog és összehasonlítás

A magyar jog a be nem jegyzett védjegy ilyen fogalmát nem ismeri. Az árujelző fogalmát az ún. Nyelvtörvény<sup>31</sup> tartalmazza, amely szerint árujelző – a Nyelvtv. alkalmazásában – a külön törvényben szabályozott védjegy és földrajzi árujelző, valamint *minden más jellegzetes elnevezés vagy megjelölés, amelyről valamely vállalkozás áruját vagy szolgáltatását fel szokták ismerni, függetlenül attól, hogy az elnevezés vagy a megjelölés iparjogvédelmi oltalom alatt áll-e*.<sup>32</sup> Ebből azonban nem derül ki, milyen feltételek esetén jogosult valaki

<sup>27</sup> SZALAI Péter: *A megkülönböztető képesség jelentése a védjegy jogban*. Győr, 2015. 139. 49. lj.

<sup>28</sup> BUNNENBERG, Steffen – SCHERTZ, Christian: § 13. *Namensrecht*. In: Götting, Horst-Peter – Schertz, Christian – Seitz, Walter (hrsg.): *Handbuch des Persönlichkeitsrechts*. München, 2008. 253.; SCHULTZ, 2015. 39, 45.

<sup>29</sup> Vö. még PUE 6 quarter cikk

<sup>30</sup> RGZ 69, 401, 403 – Nietzsche-Briefe; 108, 8, 9 – Saccharin; 113, 413, 414 – Der Tod und der Tor; a jogirodalomban lásd pl. GÖTTING, Horst-Peter: *Persönlichkeitsmerkmale von verstorbenen Personen der Zeitgeschichte als Marke*. GRUR 2001, 615, 618.; a BGH a szellemi tulajdon jog és a személyiségi jogok közötti átjárhatóság tekintetében felhasználja érvelésében a személyiségi jog vagyoni összetevőinek elismerése során: NJW 2000, 2195 – Marlene Dietrich.

<sup>31</sup> 2001. évi XCVI. törvény, a továbbiakban: Nyelvtv.

<sup>32</sup> Nyelvtv. 5. § (2) bek.

egy árujelző használatára, az sem, hogyan szűnik meg az árujelzőn fennálló joga. A Nyelvtv. szabálya abban is következetlen, hogy a védjegy mint bejegyzett árujelző esetén idegen nyelvű szó vagy kifejezés oltalmat élvezhet, míg az ezen a körön kívül eső be nem jegyzett árujelzők esetén ez jogellenes. Szintén kérdéses az, hogy ez üzletjelzők esetén miért nincsen így. További problémát képez annak eldöntése, hogy az árujelző a kereskedelmi név védelmének részét képezi-e vagy a kereskedelmi név csak a be nem jegyzett (azaz a cégnéven túli) vállalat- és üzletjelzőket jelenti. A be nem jegyzett árujelző „megjelölésnek” minősül a Vt. 5. § (2) bek. a) pontja alapján, amely szerint az egy olyan megjelölés, amelyet korábban gazdasági tevékenység körében, lajstromozás nélkül ténylegesen használtak belföldön. Ebben a tekintetben, hasonlóan a kereskedelmi név bírói gyakorlatban kialakított védelméhez, hiányzik az az egyértelmű anyagi jogi szabály, amely e jogok alanyi jogi jellegét konstituálnák, a Vt. 5.§ (2) bek. a) pontja ezt viszont megköveteli/megkövetelné. A gyakorlatban azonban úgy tűnik, ennek hiányában is működik a védelem.<sup>33</sup>

### 3.6. Jóhírű védjegy

A jóhírű védjegyek védelmét a PUE 6<sup>bis</sup> cikke irányozza elő. A jó hírű védjegy esetén nincs szükség a belföldi használat igazolására, elég az, ha a védjegy külföldön ismertséget szerzett magának, az a MarkenG 3. § (2) bek. 3. pontja tartalmazza mint *notorisch bekannte Marke*. A jó hírű védjegyet a Vt. mint kizáró ok ismeri, azt a Vt. 4. § (1) bek. c) pontja tartalmazza, és a PUE-n túl az európai uniós jogharmonizációnak is megfelelően tartalmazza a magyar törvény is.<sup>34</sup> Ebben a tekintetben tehát nem merül fel különbözőség azon a tényen túl, hogy a magyar szabályozás egyrészt a lajstromvédjegyek kizáró okainak oldaláról közelíti ezt meg, másrészt pedig a bitorlás tekintetében az áru- és szolgáltatási osztályoktól független jogellenes használattal összefüggésben rendelkezik róla,<sup>35</sup> míg a német egy szintre emeli a lajstromozott védjeggyel.

## 4. Egyéb kereskedelmi megjelölések (kereskedelmi megjelölések)

### 4.1. A MarkenG és a kereskedelmi megjelölések

A kereskedelmi megjelölések védelmét a MarkenG 5. és 15. §§-a biztosítja. Ugyan a törvény együttesen kezeli a vállalatjelzőket és a műcímeket, azok bizonyos tekintetben (pl.: átruházhatóság, a megkülönböztető képesség és az összetéveszthetőség foka) egymástól eltérnek.

#### 5. § Kereskedelmi megjelölések (Geschäftliche Bezeichnungen)

(1) Kereskedelmi megjelölésként részesülnek védelemben a vállalatjelzők és a műcímek.

(2) Vállalatjelzőnek minősül az olyan megjelölés, amelyet a kereskedelmi forgalomban az üzlethelyiség vagy a vállalat neveként, cégneveként vagy más

<sup>33</sup> BH 1984. 398.

<sup>34</sup> GÖDÖLLE István: *A jó hírű védjegy mint kizáró ok a védjegyjogban*. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle 2013/6, 150.

<sup>35</sup> Vt. 12. § (2) bek. c) pont

elnevezéseként használnak. Az üzlethelyiség más megnevezésével azonos védelemben részesülnek az olyan üzleti jelzők, illetve az üzlethelyiség más üzlethelyiségektől való megkülönböztetésre szolgáló megjelölések, amelyek a vonatkozó kereskedelmi körök számára az üzlet jelzéseként funkcionálnak.

(3) Műcímnek minősülnek a nyomtatott művek, a filmművek, a hangművek, a színművek és más hasonló művek nevei vagy más különös elnevezései.

15. § A kereskedelmi megjelölés jogosultjának kizárólagos joga. Abbahagyási és kártérítés igény

(1) A kereskedelmi megjelöléskénti védelem megszerzésével a jogosultat kizárólagos jogosultság illeti meg.

(2) Harmadik személyek nem használhatnak egy kereskedelmi megjelölést vagy ahhoz hasonló jelet a kereskedelmi forgalomban oly módon, amely alkalmas arra, hogy azt a védett megjelöléssel összetévesztésszék.

(3) Amennyiben egy belföldön ismert kereskedelmi megjelölésről van szó, úgy harmadik személyeknek tilos a kereskedelmi megjelölést vagy ahhoz hasonló jelet használnia, ha a megjelölés használata annak megkülönböztető képességét vagy gazdasági megítélését (Wertschätzung) kihasználja vagy azt veszélyezteti, akkor is ha a (2) bekezdés szerinti összetéveszthetőség esete nem áll fenn.

(4) Aki egy kereskedelmi megjelölést vagy ahhoz hasonló jelet a (2) vagy (3) bekezdésben meghatározott módon használ, és a jogsértés ismétlése fenyeget, a jogsértés abbahagyására kötelezhető. [...]

(5) Aki a jogsértő magatartást szándékosan vagy gondatlanul követi el [sic!], köteles megtéríteni a jogosultnak az ebből származó kárát. [...]

## 4.2. Vállalatjelzők

### 4.2.1. A vállalatjelzők fogalma

Vállalatjelzőnek (*Unternehmenskennzeichen*) minősül a MarkenG 5. § (2) bek. 1. mondata alapján az a megjelölés, amely a kereskedelmi forgalomban az üzlet vagy a vállalat nevéként, cégnevéként vagy más egyéb megjelöléseként használnak.

A név védelme annyiban esik a MarkenG hatálya alá, ameddig azt a kereskedelmi forgalomban használják. A névvédelem a természetes és a jogi személyek névvédelméen túl kiterjed a személyegyesülésekre és a be nem jegyzett egyesületek névvédelmére is.<sup>36</sup> A cégnév védelme a kereskedőt megillető névre terjed ki, amelyet a HGB<sup>37</sup> 17. §-a véd. Ez kiterjed a gazdasági társaságokra is, hiszen a HGB rendszerében a kereskedőre vonatkozó szabályokat az egyes gazdasági társaságokra megfelelően kell alkalmazni.

Az egyéb megjelölések alatt a törvény az üzletjelzőket (*Etablissement-Bezeichnungen*) védi. Üzletjelzőnek minősül minden olyan szóbeli vagy képi, szabadon választott, névfunkcióval bíró megjelölés, amelyet az üzlet megnevezésére és más üzletektől való megkülönböztetésre használnak.<sup>38</sup>

<sup>36</sup> RGZ 74, 114, 115; 109, 213, 214; 114, 90, 93; GRUR 1953, 446 – Verein der Steuerberater; GRUR 1993, 584 – VUBi.

<sup>37</sup> Német kereskedelmi törvény

<sup>38</sup> BGHZ 8, 387, 389 – Fernsprechnummer



A MarkenG az üzleti jelvények (*Geschäftsabzeichen*) védelméről is gondoskodik. Ebbe a körbe sorolja *Götting* az alkalmazottak ruhájának sajátosságait, az üzleti autók speciális színeit, reklámszlogeneket és jelmondatjellegű rövidítéseket.<sup>39</sup> Hasonló jellegű kiterjedt védelem pl.: kirakatokra vonatkoztatva is a régi magánjog szolgai utánzási tényállásában volt tettenérhető.

#### 4.2.2. Vállalatjelzőhöz fűződő jog megszerzése és tartalma

A vállalatjelzők megszerzése, hasonlóan a be nem jegyzett védjegyhez, megkülönböztető képességgel bíró megjelölések esetén a használatbavétellel keletkezik, ennek hiányában illet szerezhet a forgalomban való részvétellel és használattal. A megkülönböztető képesség mértéke szintén a védjegyjogi elveknek megfelelően valósul meg, eltérések csak a két jogintézmény jogalkatbeli eltéréséből származnak.<sup>40</sup> Ilyen természetszerűen az, hogy a vállalatjelző esetében hiányzik az áru- és szolgáltatási osztályok jelzése, amely a védjegybejegyzés estében kötelezően megadandó.

#### 4.2.3. A vállalatjelzőhöz fűződő jog átruházása

A vállalatjelzőkhöz fűződő jogok átruházása tekintetében a MarkenG 27. §-a nem alkalmazható. Ez azt jelenti, hogy ezek továbbra is csak a vállalattal együtt ruházhatóak át joghatályosan. Az önálló átruházás a megjelölésen fennálló jog megszűnéséhez vezet.<sup>41</sup> Ez lényegében érthető, hiszen ezzel megszűnik a védelem alapját képező azonosítási kapcsolat a vállalat, illetve az üzlethelyiség, valamint a megjelölés között. Ugyan a dologi átengedés, átruházás nem lehetséges, azonban kötelmi átruházásra, használati engedély adására lehetőség van.<sup>42</sup> *Götting* ugyanakkor azon az állásponton van, hogy a vállalatjelzők átruházásának a járulékos jellege nem tartható. Ő egyrészt azt hozza fel, hogy a járulékoság a német megjelölési jog nem jellegadó sajátossága többé, továbbá, hogy a cég(név) HGB 23. §-a<sup>43</sup> szerinti járulékos átruházása sem alkalmazható a vállalatjelzők esetében. Ezentúl szerinte a vállalatjelző a személytől elválik, dologmegjelöléssé válik, így ezáltal a kereskedelmi fogalomban a jogtárgy hovatarozása nem vált ki zarvart akkor sem, ha az nem azt a vállalatot illeti meg, amelyik annak eredeti (elsődleges) jogszerzője volt.<sup>44</sup>

Ez alátámasztja azon állítást, amely szerint a kereskedelmi nevet a dinamikus dologi szemlélet mozgatja, és részben ezalól kerül ki abban az esetben, ha az személynevet tartalmaz.<sup>45</sup> Arról van tehát szó, hogy míg a kereskedelmi név általában átruházható, teljesen tárgyasult, addig a személynevet tartalmazó név átruházása nem korlátlan, abba a személyi szemlélet (a személyiségi jog) behat, tehát tárgyasulás csupán részleges. Emiatt a részleges tárgyasulás miatt van szükség a névadó személy, illetve halála után jogutódja, hozzájárulására, engedélyére a jogszerzés után is bizonyos felhasználási módok esetében.<sup>46</sup>

---

<sup>39</sup> GÖTTING, 2014. § 61 Rn 7.

<sup>40</sup> U.o. § 61 Rn 11.

<sup>41</sup> U.o. § 61 Rn 27.

<sup>42</sup> GRUR 1959, 87 – Fischl; 1973, 375 – Miss Petite; 1989, 422 – FLASH; 1993, 576 – Datatel.

<sup>43</sup> HGB 23. § A cég(név) nem ruházható át anélkül a vállalat nélkül, amely azt viseli.

<sup>44</sup> GÖTTING, 2014. § 61 Rn 28

<sup>45</sup> SCHULTZ, 2019. 71.

<sup>46</sup> SCHULTZ Márton: *A vagyoni személyiségi jog. A személyiségi jog vagyoni és személyi viszonyainak moniz-*



#### 4.2.4. Vállalatjelzők védelme

A védjegyjoghoz képest az az egyik leglényegesebb különbség, hogy a vállalatjelzők esetén akkor is összetéveszthetőségről beszélhetünk, ha eltérő áru- és szolgáltatási körben jelenik meg a két megjelölés. Ez azért lényeges, mert a védjegyek esetén a védelem elsősorban csak azon áru- és szolgáltatási osztályokban releváns, amelyekre az oltalmat kérték.

Az összetéveszthetőség foka a német jogban a védjegyek szabályozásához hasonlóan különböző fokú.<sup>47</sup> *Közvetlen összetéveszthetőség szűkebb értelemben* annak a veszélyét jelenti, hogy egy megjelölést egy másiknak gondolnak. *Tágabb értelemben* azt, hogy a megjelölés önmagában megkülönböztethető, de feltételezhető az, hogy ugyanazokat a vállalatokat jelölik meg. *A tágabb értelemben vett összetéveszthetőség* esetén a megjelölés különbségének ellenére fennáll annak a veszélye, hogy a piac érintett része szerződési, szervezési vagy más gazdasági összefüggéseket lát a két vállalattal összefüggésben.<sup>48</sup>

Az összetéveszthetőség szempontjából három körülményt kell vizsgálni:

1. A megjelölések hasonlóságát,
2. a megkülönböztetőképesség mértékét,
3. a kereskedelmi ágazat közelségét.<sup>49</sup>

Mindig az eset körülményei alapján kell dönteni, és az egyes feltételek közül valamelyik túlnyomósága esetén is megállapítható a jogsértés.<sup>50</sup> A megjelölések hasonlósága (*Zeichenähnlichkeit*) tekintetében a megjelölések összbnyomása számít.<sup>51</sup> A megkülönböztetőképesség mértéke (*Kennzeichnungskraft*) szempontjából szintén megkülönböztethetők az erős, az átlagos és a gyenge megkülönböztető képességgel bíró megjelölések. A kereskedelmi ágazat közelsége szempontjából nem az áru- és szolgáltatási osztályok hasonlósága, hanem a kereskedelmi ágazatok közelsége (ún. *Branchennähe*) számít. Ebből a szempontból az a döntő, hogy a kereskedelem adott szegmenségek szereplőiben, a megszólított piaci szereplőkben olyan hatást kelt a megjelölés, mintha gazdasági kapcsolat állna fenn a két vállalat között.<sup>52</sup>

#### 4.2.5. A magyar jog és a kereskedelmi név

A vállalatjelzők német szabályozása a magyar (be nem jegyzett) kereskedelmi névhez hasonló jogintézményként jelenik meg. Mindkettő a vállalat, illetve a vállalat üzletének megjelölésére, és más vállalatok, illetve azok üzlethelyiségeitől való megkülönböztetésére szolgál. A kereskedelmi név védelméről a magyar védjegy törvény nem rendelkezik. A védelem kettős jellegű és fokozatú. Elsősorban a versenyjogi szabályok azok, amelyek az összetéveszthetőség ellen védelmet nyújtanak a jellegbitorlás keretében. A versenyjogon

---

*musa a tárgyasítható személyiségi jegyek vonatkozásában.* Jogelméleti Szemle 2019/1, 128-129.; az osztrák joggyakorlatban a névjog dologi hatályú átruházására és öröklésére I. MR 2000, 368 – Radetzky

<sup>47</sup> INGERL, reinhard – ROHNKE, Christian: *Markengesetz*. München, 2010, § 15 Rn 39.

<sup>48</sup> GÖTTING, 2014, § 61 Rn 12.

<sup>49</sup> U.o. § 61 Rn 13.

<sup>50</sup> GRUR 2002, 898 – defacto; 2002, 626, 629 – IMS; 2012, 635 – METRO/ROLLER'S METRO.

<sup>51</sup> GRUR 1990, 367, 369 – alpi/Alba Moda; 1993, 913, 914 – KOWOG; 2012, 635, 635 – METRO/ROLLER'S METRO

<sup>52</sup> GRUR 2002, 59, 64 ISCO; 2009, 484, 490 – Metrobus

kívüli jogsértések tekintetében pedig a Ptk. személyiségvédelmi (névvédelmi) igénye alkalmazandó. A kereskedelmi név anyagi jogi szabályait ugyanakkor itt nem találhatjuk meg, azok a jogrendszerből hiányoznak, a kereskedelmi nevet a magyar törvények *expressis verbis* nem említik. Ez azért külön érdekes, mert a Párizsi Unió Egyezmény 8. cikke kifejezetten előírja, hogy a kereskedelmi nevet az unió mindegyik országa oltalomban részesíti, bejelentés vagy lajstromozás kötelezettsége nélkül, akár része az valamely gyári vagy kereskedelmi védjegynek, akár nem.<sup>53</sup> Ebben a tekintetben csak a cégnév, azaz a bejegyzett kereskedelmi név védelméről gondoskodik a jogalkotó, annak általános védelme azonban nagyon kacifántos, hiszen a Ptk. 2:42. § (1) bek., 2:43. § f) pont és a 3:1. § (3) bekezdésének együttes alkalmazásával jutunk el a védelem lehetőségéhez, a bitorlási tényállást azonban ebből nem kapjuk meg, azt „hozzá kell képzelni” a törvényhez. A bírói gyakorlat egyébként is hajlik arra, hogy a Ptk.-ból kikerült névbitorlás helyett általában beszéljen a névviselési jog megsértéséről, akkor is ha a bitorlás egyértelműen azonosítható.<sup>54</sup> A személyiségi jogi védelem azonban egyértelműen azonosítható a judikatúrában.

A magyar jog nem tesz különbséget a kereskedelmi nevek esetén a megszerzés szempontjából aszerint, alkalmas-e automatikusan az adott (szóbeli) megjelölés arra, hogy vállalatokat vagy azok üzletét más vállalatoktól vagy üzletétől megkülönböztessék. Mind a jogirodalom, mind a joggyakorlat a tartós, huzamos használatot tekinti mérvadónak.<sup>55</sup> Ez egyrészt a jogvédelem szintjét csökkentheti, hiszen a tartós, huzamos használatot nehéz bizonyítani. Különösen akkor lehet ez kérdéses, ha egy megkülönböztetésre alkalmas megjelölésről van szó, amelyet a használatbavétel után nem sokkal bitorolnak.

A német jog szabályozása ugyanakkor az általam javasolt magánjogi kereskedelmi név-fogalmat támogatja. A német jogban ugyanis a cég(nev)ek és a vállalatjelzők külön szabályozottak, keletkezésükben, funkciójukban eltérnek egymástól. Ez a kettősség a magyar jogban is megvan, jóllehet mind a két jog azonos jogalapokon részesül védelemben: egyrészt a jellegbitorlás, másrészt a névbitorlás által. Míg a cégvédelem szabályait a magyar törvények tartalmazzák, addig a huzamos használattal keletkező be nem jegyzett vállalat- és árujelzőkről nem esik szó. Ennél fogva kereskedelmi névnek minősül minden olyan, a vállalattal, gazdasági élettel kapcsolatos megjelölés, amely huzamos használattal keletkezik, és külön jogintézmény által (cégnév, védjegyjog, doménnév) nincsen védve.<sup>56</sup> A PUE 8. cikkének való megfelelésnek a német jogban sem mond ugyanis ellent az, hogy a cégnév mint bejegyzett kereskedelmi név (tkp. vállalatjelző) a HGB-ben, külön védelemben részesül. A német jog a vállalatjelzők jogi védelme tekintetében a PUE-t külön figyelembe veszi,<sup>57</sup> így a német jogban az egyenlő elbánás elve sem csak a cégnév vonatkozásában érvényesül.<sup>58</sup>

A német és a magyar jog a címér védelmében is jelentősen eltér. A német bírói gyakorlat a vállalatjelzők körében a címet is védi.<sup>59</sup> A magyar táblabírói gyakorlatban a címér

<sup>53</sup> PUE 8. cikk

<sup>54</sup> SCHULTZ Márton: *A Debreceni Ítéltábla döntése a név jogosulatlan kereskedelmi felhasználása tárgyában. Jogesetek Magyarázata (JeMa)* 2018/1-2, 21, 25.

<sup>55</sup> GÖRÖG Márta: *A kereskedelmi név védelme*. In: Faludi Gábor – Lukácsi Péter (szerk.): *A védjegy törvény magyarázata*. Budapest, 2014. 589. ÍH 2017. 11.

<sup>56</sup> SCHULTZ, 2019. 61.

<sup>57</sup> LANGE, Paul: *Marken- und Kennzeichenrecht*. München, 2012. § 2 Rn 217.

<sup>58</sup> LANGE, 2012. § 3 Rn 1724.; FEZER, Karl-Heinz: *Markenrecht*. München, 2009. PVÜ Art. 8 Rn 1.

<sup>59</sup> GRUR 1993, 151 – Universitätssymbol

személyiségi jogi védelme nem kizárt. Egy közzétett eseti döntés szerint a jogi személy szervezetéről és tevékenységéről tájékoztató olyan arculati elemek, mint a név, a címer és más meghatározó szimbólumok olyan egyedi jellemzők, amelyek megóvásán keresztül a jogi személy személyiségi jogvédelemben részesülhet.<sup>60</sup> A Kúria ezzel szemben az Újpest FC címerének megváltoztatásával kapcsolatosan újabban arra az álláspontra helyezkedett, hogy a címer magánjogi védelme ilyen formában nem megengedett.<sup>61</sup>

### 4.3. Műcímek

#### 4.3.1. Műcímfogalom

A MarkenG 5. § (3) bekezdése szerint műcímnek (*Werktitel*) minősülnek a nyomtatott művek, a filmművek, a hangművek, a színművek és más hasonló művek nevei vagy más elnevezései. A német joggyakorlat a szerzői jog rendelkezéseit csak ritkán látja megállapíthatónak azon okból, hogy a címadás során az alkotónak sokkal kisebb a mozgástere és az egyes, általánosabb értelmű és jelentésű szavakon kizárólagos jog nem szerezhető, ez pedig az egyéni, eredeti jelleget (német terminológiával: személyes szellemi alkotótévékenység – *persönliche geistige Schöpfung*) általában kizárja.<sup>62</sup>

A műcímvédelem célja nem áruk, szolgáltatások, vállalatok megjelölése, hanem a tartalom és sajátosság jelzése.<sup>63</sup> Lehetséges azonban, hogy a műcím vállalatjelzővé válik, mint pl. a Duden esetében.<sup>64</sup> A műcímek védelme ugyanakkor rugalmas törvényi megfogalmazással bír, és a MarkenG 5. § (3) bekezdésének „más hasonló mű” egyértelműen nem a törvényhely leszűkítő értelmezésére vall.<sup>65</sup> Ennél fogva védelemben részesülnek játékok<sup>66</sup> és számítógépes programok is.<sup>67</sup>

#### 4.3.2. A műcímvédelem tartalma

A műcímek védelméhez a joggyakorlat és a jogirodalom nem támaszt nagy feltételeket. A feltétel az, hogy művek meghatározott köre tekintetében bírjon megkülönböztető képességgel az adott megjelölés.<sup>68</sup> A megjelölés megkülönböztető erejének olyannak kell lennie, amely alkalmas arra, hogy a művet más művektől megkülönböztesse.<sup>69</sup>

A műcímvédelem tekintetében kétféle összetéveszthetőséget különböztet meg a jogirodalom. A műspecifikus (*werkbezogene*) összetéveszthetőség esetén olyan hasonló megjelölésekről van szó, amelyek a műcím funkcióját érintik, azaz elsősorban tartalmuknál fogva teszik lehetővé a két mű közötti különbségtételt. Ezt azonban anélkül teszik, hogy

---

<sup>60</sup> BDT 2018. 3833.

<sup>61</sup> K. Pfv.IV.20.432/2018.

<sup>62</sup> GRUR 1977, 543, 544 – Der 7. Sinn

<sup>63</sup> GÖTTING, 2014. § 61 Rn 8.

<sup>64</sup> U.o.

<sup>65</sup> BGHZ 135, 278 – PowerPoint

<sup>66</sup> GRUR 1993, 767 – Zappel-Fisch

<sup>67</sup> BGHZ 135, 278 – PowerPoint

<sup>68</sup> GÖTTING, 2014. § 61 Rn. 10

<sup>69</sup> GRUR 2002, 1083, 1084 – 1, 2, 3 im Sauseschritt; 2002, 176 – Auto Magazin

az előállító vagy a jogosult felismerhető lenne.<sup>70</sup> A bírói gyakorlat szerint a “Tagesschau”<sup>71</sup> megnevezés műsorszolgáltatás tekintetében megfelelő fokú megkülönböztető erővel bír, és mint ilyen nincs kizárva az altalomból mint fajtanév (*ist nicht freihaltebedürftig*), azon okból, mert a forgalomban érvényesülő megjelölésről van szó. A “Tagesschau” műcímnek ezért egy jelentősen magas fokú megkülönböztető ereje van, amelyet a használattal szerzett.<sup>72</sup>

A másik esetkör a származási összetéveszthetőség (*herkunftsbezogene Verwechslungsgefahr*), amely esetén a kereskedelmi fogalom megcélzott rétege számára a megjelöléssel összefüggésben egy vállalatra vonatkozó eredethez köti a műcímeket. Ez különösen közismert nyomtatott művek esetén,<sup>73</sup> televíziós műsorok címe esetén,<sup>74</sup> vagy hírműsorokkal összefüggésben<sup>75</sup> lehetséges.

Abban a tekintetben, hogy az összetéveszthetőség mely fokát kell elérnie a megjelölések hasonlóságának a német jogirodalom elég hektikus. Főszabály a tág értelemben vett közvetlen összetéveszthetőség szükségessége.<sup>76</sup> Mindenesetre ehhez az szükséges, hogy a megjelölés az egyszerű műcímfunkcióján túli megjelölési erővel bírjon, tehát ne csak a művet magát jelölje meg, hanem utaljon annak előállítójára is.<sup>77</sup> Ebben a tekintetben a forgalmi ismertség számít.<sup>78</sup>

#### 4.3.3. Műcímekre vonatkozó jog átruházása

A műcímekre vonatkozó jog átruházása eltér a vállalatjelzőkétől, annak ellenére, hogy a MarkenG 5. §-a egységesen rendelkezik róluk mint kereskedelmi megjelölésekről. A műcímek szabadon átruházhatóak, nem járulékos jellegűek.<sup>79</sup> Ennél fogva az átruházás a védjegyekhez hasonlóan a MarkenG 27. §-a alapján történik.

#### 4.3.4. Műcímek védelme a magyar jogban

Az önálló műcímvédelem hiányából fakadóan a magyar jog megoldása lényegesen eltérő. Egyrészt lehetséges az, hogy a műcím szerzői jogi védelemben részesül, ehhez azonban az szükséges, hogy a cím maga is egyéni, eredeti jelleget viseljen magán. Az Szjt. 16. § (2) bekezdése szerint a szerző engedélye szükséges a mű sajátos címének felhasználásához is. A Szerzői Jogi Szakértő Testület álláspontja szerint azonban egy mű címe ritkán felel meg az egyéni-eredeti „gondolatszövedék” követelményének tartalmilag, ezért nem általában a mű címe, hanem csak sajátos, alkotó jellegű címe érdemel szerzői jogi védelmet. Ezt a szűkítő értelmezést az is alátámasztja, hogy egy cím olyan külső jelleg, amelynek másolása vagy összetéveszthető utánzása esetén versenyjogi jogkövetkezmények alkalmazhatóak.<sup>80</sup>

<sup>70</sup> GÖTTING, 2014. § 61. Rn 16.; GRUR 2001, 1050, 152 – tagesschau; 2011, 1054, 1056 – Tagesreport.

<sup>71</sup> A Tagesschau az első német televíziócsatorna (ARD) hírműsorának elnevezése, amely rendkívül széles körben ismert és nézett.

<sup>72</sup> GRUR-RR 2018, 286.

<sup>73</sup> GRUR 2000, 504 – FACTS; GRUR 2000, 70 – SZENE.

<sup>74</sup> GRUR 1993, 692 – Guldenburg.

<sup>75</sup> GRUR 2001, 1050 – Tagesschau; GRUR 2001, 1054 – Tagesreport.

<sup>76</sup> GÖTTING, 2014. § 61 Rn 17.

<sup>77</sup> GRUR 1993, 692 – Guldenburg

<sup>78</sup> GRUR 1999, 581 – Max

<sup>79</sup> GÖTTING, 2014. § 61 Rn 29.

<sup>80</sup> SZJSZT-24/08/1; SZJSZT-8/1986.

Szerzői jogi védelem híján<sup>81</sup> versenytársak között jellegbitorlás címén lehet fellépni.<sup>82</sup> A Fővárosi Ítélőtábla a CompLex CD Jogtár elektronikus jogszabálygyűjteményt terméknévként minősítette, és megállapította a tisztességtelen piaci magatartást.<sup>83</sup> Lehetséges ugyanakkor az is, hogy a személyiségvédelmi igényt érvényesítsen valaki valamely műcím jogosulatlan felhasználása esetén.<sup>84</sup> A Legfelsőbb Bíróság kimondta, hogy két folyóirat összetéveszthetősége úgy is megvalósulhat, hogy a korábban ismertté vált folyóirat címét az utóbb megjelenő – hasonló profilú – folyóirat az új jelzővel egészíti ki, ebben az esetben a névbitorlás is megvalósulhat.<sup>85</sup> Meglepő módon ugyanazt a mintázatot látjuk a magyar joggyakorlatban, mint a kereskedelmi név esetén. A védelem a versenyjog-személyiségvédelem tengelyen mozog.

## 5. Doménnevek

### 5.1. Doménnevek védelme a német jogban

A német jogirodalom a megjelölések jogának keretrendszerében tárgyalja általában a doménneveket is. Ugyan a doménnevekről a MarkenG nem rendelkezik, azonban a szabályozás hasonlósága, illetve a védelem azonossága okán célszerű azt itt tárgyalni. A doménnevek ugyanis magát a számítógépet azonosítják IP-cím alapján, ezért azok ún. címfunkcióval (*Addressfunktion*) rendelkeznek, amely ezek megjelölési funkcióját is megalapozhatja, ha a kereskedelmi forgalom mint ilyen tekint ezekre.<sup>86</sup> A doménnév védelme lehetséges vállalatjelzőként,<sup>87</sup> műcímként,<sup>88</sup> árujelzőként (be nem jegyzett védjegyként),<sup>89</sup> illetve a BGB 12. §-a szerinti névjogként.<sup>90</sup> Ennek persze a feltétele, hogy a doménnévként használt megjelölés olyan funkciót is szerezzen, mint amely alapján védelemben részesül.<sup>91</sup> A névjog a megjelölési igények tekintetében is az utolsó ernyőtényállás,<sup>92</sup> minden más igény elsőbbséget élvez a specialitás alapján.<sup>93</sup> Ugyan a doménnevek védelmét a védjegybitorlás is szolgálja, azok funkciójukban, keletkezésükben különböző jelenségek, így a védjegybitorlás által nyújtott védelem nem fedi le a doménnevek védelmét teljesen.<sup>94</sup>

<sup>81</sup> Az 1921-es Sztj. külön kiemelte a szerzői jog bitorlása körében a mű címét (1921. évi LIV. törvénycikk 6. § 8. pont): szerző beleegyezése nélkül a mű közzétett címének lényegében változatlan átvétele más mű címétül, ha a körülményekből nyilvánvaló, hogy az átvétel, amely nem volt elkerülhetetlen, a közönség megtévesztését célozta és a szerzőnek vagyoni vagy nem vagyoni kárt okozhatott.

<sup>82</sup> EBH 2003. 860.

<sup>83</sup> BDT 2006. 1.

<sup>84</sup> Vö. BH 2003. 14.

<sup>85</sup> EBH 1999. 95. = BH 1999. 60.

<sup>86</sup> GÖTTING, 2014. § 63 Rn 6.

<sup>87</sup> GRUR 2005, 262, 263 – socio.de.

<sup>88</sup> NJWE-WettbR 1999, 130, 131 – dresden-online.

<sup>89</sup> GÖTTING, 2014. § 63 Rn 6.

<sup>90</sup> GRUR 2004, 619, 620 – kurt-biedenkopf.de; a személyiségi jog vagyoni vonatkozásaival összefüggésben l. NJW 2007, 684 – kinski-klaus.de.

<sup>91</sup> LANGE, 2012. § 3 Rn 1762.

<sup>92</sup> LANGE, 2012. § 3 Rn 1765.

<sup>93</sup> FRITZSCHE, 2018. § 12 Rn 9, 82-83.

<sup>94</sup> Összehasonlításra lásd AL-RAWASHDEH, Waddah: *Dispute Resolution Mechanisms and Trademark Cybersquatting*. Disszertáció, Szeged, 2017. 48.

## 5.2. Doménnevek a magyar jogban

A magyar jogi védelem lényegében itt is a megjelölési jogok eltérő keretrendszere miatt más. A védelem ennél fogva nálunk elsősorban a védjegybitorlás-jellegbitorlás-névbitorlás tengelyén biztosított, jóllehet én már korábban egy önálló doménbitorlás mellett álltam ki.<sup>95</sup> Ennek oka egyrészt abban rejlik, hogy a joggyakorlatban akadtak olyan esetek, amikor sem személynévi, sem kereskedelmi névi alapon nem lett volna megállapítható a névbitorlás, és a bírói gyakorlat több döntésben önálló megkülönböztető képességgel ruházta fel a doménneveket. Lényegében ezzel a bírói gyakorlat egy önálló doménbitorlást ismert el a személyiségvédelem belülről.<sup>96</sup> Egy abszolút hatályú (dologi) kizárólagos jogosultság elismerése a doménnéven szükségszerű, így biztosítható ugyanis védelem azokban az esetekben, ha a doménnév korábbi jogként kellene funkcionálnia, mert más jogsértése ellen ezen az alapon lehet csak fellépni akkor, ha más funkciót a doménnév nem tölt be, de jogi érdek fűződik annak kizárólagos használatához. Ennek a jövőben valószínűleg nagyobb jelentőség is juthat, hiszen az interneten nyújtott tartalom, szolgáltatás mellett a piaci szereplők és a magánszemélyek is olyan mellékes tevékenységekhez is felhasználják doménnevüket, amely a piac teljesen más szegmenségekben található, logikusan a honlap tartamából a hozzákapcsolt áru vagy szolgáltatás nem következne.

Természetesen ehhez szükséges a doménnév megkülönböztető képessége. Fajtanevek, köznevek általában nem alkalmasak védelemre. Meglátásom szerint azonban bizonyos esetekben ilyenkor is meg kell hogy illesse védelem a jogosultat, amelynek kereteit a jogsértés jellege okán nem a bitorlás képezhetné, hanem a jóhiszeműség és tisztesség együttes alkalmazása a Ptk. 2:42. § (1) bekezdéssel összefüggésben. Ez különösen az elütés, félregepelés szándékos kihasználása lehet akár fajtanevek esetén. A bírói gyakorlatban ilyen volt a *biztositas.hu* és a *biztosítás.hu* doménnevek közötti vita.<sup>97</sup> A biztosítás szót ugyan senki nem sajátíthatja ki, ha azonban másvalaki olyan doménnel jelentkezik, amely csak ékezetében tér el, megvalósulhat a jogsértés. Fajtanevek esetén ugyanis minden személynek érdeke, hogy saját szolgáltatásának megkülönböztető toldatát csatolja a doménhez is. Fontos tényező másrészt pedig, hogy a fogyasztók és a piac általában úgy tekint egy domén ékezetes és ékezet nélküli változtatása a magyar jogban, mint amely egy jogosulthoz tartozik. Az ezt megkerülő doménjogosult lényegében ezt használja ki a jóhiszeműség és tisztesség elvébe ütközően, akkor is ha fajtanevről van szó.

## Záró gondolatok

A német és a magyar vállalat- és árujelző jog több ponton jelentős eltéréseket mutat. Ilyen eltérés az, hogy a magyar jog nem ismeri a használati védjegy intézményét, a vállalatjelzők önálló, sui generis védelmét, illetve a műcímek jogi oltalmát. Míg a német jog elsősorban két jogalapon (védjegy és kereskedelmi megjelölés) védi a gazdasági életben előforduló megjelöléseket, addig a magyar jog elsősorban a jellegbitorlás és a névbitorlás (személyiségvédelem) vonatkozásában teszi ezt. A német jogban a jellegbitorlás hatályon kívül helyezése és a védelem absztrahálása nem okozott gondot. Nálunk a joggyakorlat az ide

<sup>95</sup> SCHULTZ Márton: *Azonosnevűség és domainnevek*. In *Medias Res* 2018/2, 356-368.

<sup>96</sup> Különösen: ÍH 2009. 111.; ÍH 2011. 154.; nemlegesen: ÍH 2017. 11.

<sup>97</sup> SCHULTZ, 2018, 365. Más megoldást alkalmaz: ÍH 2011. 154.

tartozó eseteket a névbitorlás mind szélesebb körű tágitásával oldja fel, egyfajta általános megjelölésbitorlássá alakítva a személyiségvédelem ezen szegmensét, hasonlóan az 1995 előtti német jogállapothoz. Ez ugyan nem okoz gondot, a magyar jogtól egyébként sem idegen a személyiség védelmének ilyen tág, gazdasági személyiségi jogi felfogása, amelyet a korábbi üzleti titok és know-how védelem is mutat. A probléma inkább abban jelentkezik, hogy a vállalat- és árujelzők keletkezését és megszűnését a jogalkotó nem szabályozta, sőt, magáról a névbitorlásról is elfeledkezett. A védelem történhetne a személyiségvédelmen belül is, ha azonban absztraktabb irányba szeretnénk terelni a szabályozást, akkor látható, hogy ezek a tárgyasult jogtárgyak inkább a védjegyjoggal mutatnak rokonságot. Ez nemcsak azért van így, mert vagyoni jogokról van szó, hanem a jogtárgy szóbeli megjelölési jellegénél fogva a keletkezés, a megszűnés, illetve a jogvédelem tekintetében is elsősorban szellemi-tulajdonjogi karaktert mutat, nem pedig személynévhez való hasonlóságot.

Eltérés jelentkezik a védjegy fogalmában is. Míg a német jog a bejegyzett védjegy mellé, azonos szintre emeli a magyar jog által nem is ismert használati védjegyet, illetve az ún. jó hírű védjegyet, addig a magyar jog csak a lajstromozott védjegyet, mint árujelzőt ismeri el védjegyként.

Ha annak okait keressük, miért csak ilyen csökevényes jelleggel jelentkezik a kereskedelmi név védelme a magyar jogban, akkor azt láthatjuk, hogy ez nem egy szándékolt, organikus fejlődés eredménye. Míg a régi magánjogban az üzletjelzők védelmét kielégítően szolgálta a jellegbitorlás, addig a jogsértések karakterének megváltozásával a '89 utáni piacgazdaságban ez már nem tartható. Egyrészt az látható, hogy teljesen hiányzik a jogirodalmi igény a kereskedelmi név átfogó szabályozására, sokszor az sem derül ki, milyen jogszabályhely védi ezt a jogintézményt. Másrészt azt láthatjuk, hogy a joggyakorlat próbálja a névvédelmet tágitani ebben az irányban. A Ptk. kodifikációja során fel sem merült az, hogy a névvédelem körében normatív szinten helyet kapjon a kereskedelmi név, ez pedig az utóbbi időben ahhoz vezetett, hogy a joggyakorlat a védelmet is megtagadta tőle absztrakt jelleggel személyiségvédelem címén.<sup>98</sup>

Mindebből az vonható le következtetésként, hogy a joggyakorlat egységessége, következetessége szempontjából célszerű lenne felállítani a kereskedelmi név, azaz a be nem jegyzett vállalat- és árujelzők védelmét. Ugyan a PUE által támasztott követelményeket a bírói jog kielégíti, és ezáltal tulajdonképpen a magyar jog a PUE-t nem sérti meg, viszont a szellemi tulajdonjogok *numerus clausus*a megköveteli azt, hogy az eszmei javak körét a jogalkotó pontosan meghatározza. Ez hiányzik a magyar jogban, annak ellenére, hogy 2013-ban a Ptk. elfogadásával és a nem nevesített szellemi alkotáshoz fűződő jog, az ún. hézagmentes oltalom elvének eltörlésével a jogalkotói akarat ebben a tekintetben egyértelmű. Az explicit szabályozás nemcsak a joggyakorlat oldaláról jelentkezik igényként, hanem jogbiztonsági, és így jogállami oldalról is releváns, a kereskedelmi név jogintézménye mögül ugyanis teljesen hiányzik a dogmatika. Célszerű lenne tudni, hogyan keletkezhet és szűnhet meg ez a vagyoni jog. Ebben a tekintetben úgy tűnik, a magyar jognak nagy az elmaradása.

---

<sup>98</sup> ÍH 2017. 51.